

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Animasi merupakan media yang sangat efektif untuk menangkap ketertarikan dan minat penonton. Dengan menggunakan animasi, seseorang dapat menghemat dana serta tenaga kerja dalam produksi sebuah video. Teknologi yang semakin berkembang di jaman modern ini mempengaruhi peningkatan kreatifitas masyarakat. Animasi merupakan media yang cocok untuk memvisualkan ide-ide kreatif karena tidak ada batasan dalam penggunaannya. Berdasarkan alasan tersebut, animasi dapat lebih menarik perhatian para konsumen (Chang-Hyun Jin, 2011).

Mister Donut merupakan perusahaan yang berasal dari Jepang dan bergerak di bidang produksi donat. Mister Donut masuk ke Indonesia dengan toko pertama yang berlokasi di Kelapa Gading, yang kemudian menyebar ke berbagai macam daerah. Namun, dibandingkan dengan kompetitor lainnya, Mister Donut merupakan perusahaan yang masih kurang dikenal di kalangan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan kurangnya media promosi yang digunakan oleh Mister Donut. Dengan *target market* anak muda sampai dewasa muda, perancangan konsep visual yang sesuai dengan *mood* merupakan hal yang vital hal tersebut untuk menarik perhatian serta untuk menyampaikan pesan dengan efektif.

Pendekatan animasi digunakan untuk mencapai visual yang imajinatif. Visual yang dihasilkan dapat mencolok dan tidak terpaku realita. Hal ini

dilakukan untuk menyesuaikan dengan identitas Mister Donut yaitu keceriaan dan kebahagiaan. Selain itu, animasi juga digunakan untuk menyesuaikan dengan *target market* yaitu anak muda sampai dewasa muda. Maka dari itu, animasi merupakan media yang cocok untuk digunakan sebagai media promosi Mister Donut.

Beberapa perusahaan sudah menggunakan teknik animasi sebagai media promosinya. Menurut Goel dan Upadhyay (2017), animasi mempunyai peran yang cukup besar dalam menarik orang. Animasi 2D dapat membuat penonton merasakan kesenangan dan mendapatkan informasi bagi kalangan manapun dan di manapun. Konsep yang tidak dapat ditunjukkan melalui kata-kata dan ilustrasi dapat ditampilkan melalui animasi dengan baik. Penggunaan animasi cocok untuk digunakan dalam iklan Mister Donut dengan tujuan untuk mengelaborasi visual agar menimbulkan kesan yang ceria dan menyenangkan.

Ada banyak hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan sebuah karya animasi. Salah satu komponen penting dalam pembuatan sebuah karya animasi adalah warna. Menurut Zelanski dan Fisher (2010) dengan menggunakan teori warna, karya seorang seniman dapat menimbulkan perasaan tertentu pada penikmatnya. Perasaan tersebut ditimbulkan dari pengalaman-pengalaman pribadi yang dialami manusia itu sendiri. Maka dari itu, dengan menerapkan prinsip cahaya dan warna dalam suatu karya animasi, suatu pesan dapat disampaikan dengan baik terhadap penontonnya. Dengan merancang warna sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan Mister Donut, maka jumlah perhatian akan meningkat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana perancangan warna untuk memperlihatkan kontras *mood* dalam iklan animasi “Mister Donut”?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengaplikasian warna yang dibahas untuk membandingkan perancangan dari *mood* sedih dan ceria
2. Pengaplikasian warna yang dihasilkan adalah dalam bentuk *color script*
3. Perancangan warna dalam dunia ceria berdasarkan *client brief*
4. Perancangan warna ditinjau berdasarkan *color psychology*, *color harmony*, dan komponen warna

1.4. Tujuan Skripsi

Perancangan tugas akhir ini dilakukan dengan tujuan untuk menghasilkan perancangan warna untuk memperlihatkan kontras mood sedih dan ceria dalam iklan animasi Mister Donut

1.5. Manfaat Skripsi

Adapun dengan penyusunan skripsi ini maka manfaat yang akan didapat adalah:

1. Bagi penulis:

Karya ini dapat berfungsi sebagai portfolio penulis serta merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu yang sudah dipelajari.

2. Bagi masyarakat:

Karya ini diharapkan dapat dinikmati oleh masyarakat, serta memberikan informasi mengenai *brand* Mister Donut

3. Bagi universitas:

Karya ini dapat menjadi sumber rujukan akademis bagi Universitas Multimedia Nusantara